

기업의 사회적 책임에 대한 철학적 해석

A Philosophical Interpretation for the Corporate Social Responsibility

서용모¹ · 윤인환²Yong-Mo Seo¹, Inhwon Yoon²

(Received October 30, 2018 / Revised November 16, 2018 / Accepted December 7, 2018)

ABSTRACT

This study is a theoretical study on philosophical thinking for examining the idea of the corporate social responsibility(CSR) of a company. The oriental philosophical thought is to understand the contents of social responsibility of the corporation centering on Mozi's philosophy, which stresses that people should care for everyone equally. In the Western philosophical thought, we tried to understand the contents of corporate social responsibility by focusing on utilitarian thought. It is not merely an actual principle or a moral principle, but a comprehension for mutual benefit. In conclusion, it can be concluded that universal love's approach through the gangbang has many similarities with the realization of the greatest happiness of the number that is uttered in utilitarian thinking. In this way, a sustainable competitiveness of corporations can be achieved through universal love and utilitarian philosophical understanding and practice for the cognition of social responsibility.

Key words : Corporate Social Responsibility(기업의 사회적 책임), Mozi(목자), Universal Love(겸애), Utilitarianism(공리주의)

1. 서론

시장 경제 하에서 많은 기업들은 전통적인 경영활동을 이윤추구 관점에서 견지하고, 이와 관련된 다양한 활동들을 수행하고 있다. 경영활동의 주체인 기업뿐만 아니라 주변 이해관계자들 역시 이를 기업가치 형성과 수익실현의 극대화라는 목표를 달성하기 위한 활동으로 이해하고 있다. 그러나 일부 기업들의 지나친 수익지향적인 경영활동으로 인한 기회의 불평등, 소득의 양극화, 환경문제 등의 시장 실패로 일컬어지는 부작용들이 경제 발전 및 성장과 더불어 여러 분야에서 나타나고 있는 것은 부인할 수 없는 시장 경제체제의 문제점으로 지적받고 있다. 이러한 문제들은 인간 소외에 대한 현상, 공동체 연대에 대한 신뢰 결여, 개인과 개인 그리고 사회에 대한 과열 경쟁으로 불거져 전통적인 공동체 의식을 퇴색시킬 수 있는데, 비단 개인 생활뿐만 아니라 기업 활동의 영역 속에서도 다양하게 나타나고 있다.

한편, 기업이 표방하는 가치추구 활동은 더 이상 투자자와 고객들 사이에서 단순한 재화의 교환적 수단으로서의 활동으로만 바라보지 않고 있다. 정부, 공공기관뿐만 아니라 민간

기업들도 내부 이해관계자들과의 관계에서 벗어나 고객, 협력업체, 지역주민, 시민단체 등 다양한 외부 이해관계자들과의 협력을 요구받고 있다. 이는 기업의 사회적 책임이라는 명제를 기반으로 경제 공동체 형성뿐만 아니라 새로운 성장모델의 대안으로 적용되고 있으며, 세계화, 정보기술의 발달, 비정부기구(Non-governmental Organization: NGO)의 영향력 강화, 소비자 행동의 다변화 및 기업 간의 경쟁심화 등이 맞물리면서 나타난 기업 책임에 대한 요구로도 볼 수 있다.

기업은 생존과 성장을 위한 전략적 차원으로 전통적인 방식에서 벗어난 접근을 시도 중이다. 즉, 재무적 성과 달성을 위한 기업 본연의 경영활동과 함께 사회적 차원의 비경제적 활동을 통해 그 책임을 적극적으로 수행하기 위한 노력을 의미한다. 기업은 이러한 활동으로 외적 성장을 도모하고, 나아가 기업 이미지를 제고함으로써 경영의 효율성을 고도화하려는 전략을 가지고 있다. 이는 기업의 관리적 측면에서 보면 반기업적 정서를 사전에 차단하여 브랜드 이미지 및 기업명성 등과 같은 기업의 무형적 자산의 가치 훼손을 예방하는 전략적 접근법인 셈이다.

이상과 같은 기업의 사회적 책임에 대한 사고의 기반은 사

1) 유원대학교 교양융합학부 교수(주저자: yongmo@u1.ac.kr)

2) LH토지주택연구원 미래전략연구실 책임연구원(교신저자: ihyoon@lh.or.kr)

회적 요구, 경영목표의 변화에서 시작된 것으로 볼 수 있지만, 서양 근대철학뿐만 아니라 동양의 고대 철학사상에서도 확인할 수 있다. 먼저, 고대의 제자백가(諸子百家)를 살펴보면, 동양적 철학의 주요 사상적 근간이 되었던 정치적 사유(事由)뿐만 아니라 사람을 다스리는 철학적 내용이 확인된다. 또한 고대 동양 철학자 중 묵자(墨子)는 더불어 사는 사회의 가치 실현을 위한 철학을 제시하였다. 그의 대표적인 철학적 사고인 겸애(兼愛)를 사회적 책임에 대한 해석으로 이해하여, 기업 내·외부 이해관계자들의 상생을 도모하는 철학적 사고에 관한 연구들이 최근 발표되고 있다(서용모 외, 2018).

다음으로, 묵자의 사상적 견해뿐만 아니라 서양의 철학적 사고를 바탕으로 사회적 책임을 해석하려는 접근이 시도되고 있다. 대표적인 견해가 공리주의적 사고인데, 이는 최고의 결과를 얻기 위하여 개별적인 행위에서 자신의 이익을 희생하고 도덕성의 요구에 부합되는 행위적 접근은 자신의 개인적 관심을 희생해야 하기 때문에 개인 각자가 자신에게 좋은 것만을 추구하도록 허용하지 않으므로, 객관적 기준과 보편성을 통해 제시되고 실행되어야 한다는 것이다(김은미, 2012).

이처럼 시대와 장소를 초월하여 개인적 입장보다 많은 사람들의 행복을 추구하려는 정신은 존재해왔으나, 물질문명이 발달하고 이에 따른 가치 추구의 변화와 경쟁 중심의 사회에서 생존을 위한 전략적 사고로 인하여 철학적 사고의 소실이 발생하는 현실이 나타나고 있다. 이제는 기업의 사회적 책임을 철학적 관점에서 바라보고, 이를 폭넓게 이해하기를 많은 연구자와 관리자들에게 권고하고자 한다. 이에 본 연구에서는 동양과 서양의 철학적 사고를 중심으로 기업의 지속가능한 경영활동과 사회적 문제를 해결할 수 있는 이슈를 도출하기 위하여 기업의 사회적 책임을 철학적 사고의 관점에서 고찰하고자 한다.

2. 사회적 책임 관련 선행 연구

2.1 사회적 책임의 개념적 접근

사회적 책임(Corporate Social Responsibility: CSR)에 대한 개념은 지금까지도 명확한 정의가 내려졌다고 보기는 어려우나, 그 의미와 실천방안에 대한 이슈는 많은 학자들과 기업인들의 관심을 받고 있다. 그러나 개념적 접근은 시대에 따른 사회의 요구에 따라 그 의미가 다르게 이해되고, 해석되는 실정이다. 사회적 책임에 관한 연구가 발표된 초기 시점에서는 사회적 책임을 기업의 성장과 전략적인 측면으로 접근하였으나, 최근에는 기업뿐만 아니라 그 기업의 내부 및 외부의 이해관계자를 중심으로 새로운 가치를 창출해야 한다는 개념으로 확대되어 가고 있다.

Friedman(1970) 등과 같은 사회적 책임에 관한 초기 연구에서는 기업인들이 사회적 책임 활동을 자신의 정치적 및 사

회적 목적과 경력기반의 수단적 접근으로 활용하고 이를 적용하고자 한 내용을 비판적으로 바라보았다. 이러한 관점은 주주 등과 같은 기업의 실질적 이해관계자의 목적에 부합하기 위한 사고이며, 기업 활동을 통한 경제적 성과를 창출하는 것이 그 기업의 사회적 책임으로 바라보는 관점이다.

다른 관점에서의 사회적 책임에 대한 사고는 기업의 장기적 존속을 유지하고, 이를 위한 활동을 기업적 측면이 아니라 사회 전체에 대한 사고로 전환하여 사회 구성원에 대한 비용의 지출의 정당성을 제시하였다. 즉, 기업이 이해관계자들 사이에서 발생하는 거래비용에 대한 지출을 기꺼이 감당하며, 경제적 성과뿐만 아니라 사회 구성원들과의 상생적 협력과 접근을 포함하는 것이다(Steiner, 1971).

한편, Carroll(1979)은 앞서 논의된 사회적 책임의 관점보다 포괄적인 접근법을 제시하고 있는데, 기업이 속한 사회는 기업에 대하여 경제적, 법적, 윤리적 기대를 가지고 있으며, 기업은 경제적 이윤 창출, 법률 준수, 윤리적 규범에 대한 책임, 재량적 책임 등의 네 가지 요소에 대한 책임을 가지고 있다고 제안하였다. 따라서 경영자는 주주뿐만 아니라 기업의 경영성과에 영향을 주는 종업원, 고객, 협력업체, 채권자, 지역사회 등 다양한 이해관계자들의 요구를 충족시켜야 하고, 이러한 이해관계자들과의 마찰과 갈등을 최소화하고 지속가능한 성장을 고려해야 한다(Freeman, 1984). 또한 기존 연구에서 제시한 사회적 책임의 개념에 사회적 선(Social good)을 확장하고(McWilliams & Siegel, 2001), 윤리적 책임의 중요성을 강조한 연구들도 발표되고 있다(Hopkins, 2004).

국내에서 발표된 연구 중에서 지속가능경영원(2006)은 기업이 장기적으로 사회적 책임에 대한 요구를 충족시키기 위해 비용의 지출을 늘려야한다는 개념을 확장하여, 사회 규범적 관점에서 어떻게 하면 기업의 경영자가 도덕적이고 건전한 기업 활동을 통해 기업의 성과를 창출할 수 있는지에 대한 사고로 접근한 연구결과를 발표하였다. 이러한 관점은 기업의 사회적 책임을 단순히 기업의 경영활동에만 국한하는 것이 아니라 다양한 활동으로 그 영역을 넓혀가며, 사회구성원과의 관계를 구축하는 활동으로 보고자 하는 것이다. 또한 사회적 책임 활동이 주식 가치, 순자산, 순이익, 매출 등 재무적 가치(황호찬, 2009; 유성용 외, 2016)뿐만 아니라 기업 이미지 제고(전인수 외, 2002)에도 긍정적인 영향을 미치는 것을 실증 분석한 연구들이 발표되고 있다.

이상의 논의에서처럼 사회적 책임은 기업의 재무적 성과와 기업 이미지 등의 평판에 대한 긍정적인 효과를 창출하는 전략적 경영활동으로 이해할 수 있다(김정희, 2015).

2.2 사회적 책임의 명암

사회적 책임에 관한 연구대상은 기업 중심에서 사회 구성원을 포함하는 이해관계자들을 대상으로 확장되고 있다. 초

기 기업 중심의 연구에서는 내용은 사회적 책임의 긍정적인 측면을 제시하고 이를 기업의 중요한 경영 전략적 철학으로 제안하는 연구들이 주를 이루었다. 예를 들면, Freeman(1984)은 기업이 사회적 책임을 통해 다양한 이해관계자들과의 사이에서 발생하는 거래비용을 줄이고 마찰과 갈등을 최소화함으로써 기업의 가치를 증대시킨다고 주장하였다. 다양한 성과지표 등을 통해 기업의 사회적 책임과 성과 간의 관계가 재무적 측면에서의 긍정적인 성과를 확인하였으며(Weddock & Graves, 1997), 이해관계자들의 입장에서도 이를 긍정적으로 인지하고 있다는 사실의 연구들도 발표되었다(Ruf et al., 2001). 또한 사회적 책임 활동은 기업의 명성이나 브랜드 가치 창출에 대한 긍정적인 영향을 미치고, 심지어 기업 내부 이해관계자의 유인책으로 적용할 수 있다는 연구들이 발표되었다(Herremans et al, 1993; Guerard, 1997; Hael, 2005).

국내에서도 이러한 연구결과와 유사한 연구들이 발표되고 있는데, 장인지 외(2010)는 사회적 책임 활동이 초기에는 비용의 발생이라는 인식을 하고 있지만, 장기적으로 기업의 명성과 평판을 제고하고, 이로 인해 기업의 매출을 향상시킨다고 설명하였다. 허미옥 외(2010) 역시 사회적 책임 활동은 기업의 투자활동 중 하나이며, 기업의 가치를 창출시키는 전략적 수단임을 강조하였으며, 사회적 책임 활동은 최종적으로 기업의 가치를 긍정적으로 향상시키는 역할을 하고 있다는 연구들이 발표되고 있다(고성천 외, 2011; 이재목 외, 2013).

반면, 일부 연구에서는 사회적 책임 활동이 경제적 차원에서 기업의 본연의 목적과는 달리 접근될 수 있으며, 이로 인한 비용 발생적 측면을 강조하고 있다. Friedman(1970)은 사회적 책임 활동이 경영자들과 주주와의 관계에서 존재하는 정보의 불균형으로 발생하는 대리인 문제를 이용하여 경영자들의 사회적·정치적 목적을 달성하는 수단으로 활동하고 있어 기업의 수익성과 기업 가치에 부정적인 영향을 미친다고 주장하였다. 또한 사회적 책임 활동은 기업의 무형 자산투자의 성격을 지닐 때에 기업 가치를 증가시킬 수 있으나, 그 지출의 성격과 규모가 경영자의 재량권 범위에 있어 사적인 동기로 개인적인 명성을 높이기 위한 과도한 비용으로 지출될 수 있다는 지적도 있다(Barnea & Rubin, 2006). 결국 사회적 책임 활동에 대한 부정적인 관점에서는 사회적 책임 활동이 사회적 및 환경적 성과를 위한 추가적인 비용 발생으로 인식하고 있다.

이러한 양면적인 의견 이외에도 중립적인 관점에서 사회적 책임 활동의 효과와 성과를 해석하는 연구도 존재한다. Ullman(1985) 과 Statman(2000)은 사회적 가치 활동에 대한 정확한 측정 및 평가와 관련된 기업의 가치를 측정하는 것이 현재 자본 시장의 수준과 이윤측정기준으로는 불가능하기 때문에 사회적 책임과 기업의 성과를 직접적으로 연관시킬 수 있는 근거가 부족하다고 주장하였다. 국내의 다른 연구에

서도 사회적 책임 활동과 기업의 재무적 성과 간의 관련성을 입증하기는 어렵다는 연구들이 발표되었다(곽수근, 김평기, 1993).

2.3 동양의 철학적 사고: 목자의 사상

목자는 이름이 적(翟)으로 기원전 490년에서 기원전 403년 사이에 생존한 철학자로 추정된다. 시간적으로는 제자백가의 대표 철학자인 공자(孔子)와 같은 동 시대에 살았으며 공간적으로는 주(周)나라의 제후국인 노(魯)나라의 천민출신이었다. 목자는 기원전 4세기와 5세기 사이 전쟁과 발란 그리고 음모로 가득한 춘추 전국시대와 전국시대의 혼란기를 살았던 인물이며, 그의 사상은 이 시기와 매우 밀접한 관계를 맺고 있음을 짐작할 수 있다. 당시 왕실들은 이미 쇠퇴하고 있었으며 제후들의 명령에도 불복하는 등 자신들의 세력과 영토 확장에만 힘을 쏟는 현실이었다. 이러한 정치적 현상의 배후에는 정진제의 파괴와 신흥지주계급의 등장이라는 경제적·사회적 변동이 중요한 요인으로 맞물려 있었다.

당시 폭군이나 부패한 관리들의 정진 쟁탈과 복잡한 법령, 분에 넘치는 세금, 잦은 전쟁 등은 백성들을 도탄에 빠지게 하였다. 이러한 정치적 상황의 배후에는 정진제의 파괴와 신흥지주계급의 등장이라는 경제적·사회적 변동이 중요한 요인으로 맞물려 있었다. 이는 백성들을 도탄에 빠지게 하는 주요 원인이 되었다. 왕조 경제정책의 뼈대인 정진제의 파괴와 상공업자들의 매관매직(賣官賣職)으로 인한 귀족계층의 몰락은 농노 및 상공계급의 탄생을 초래하는 계기가 되었다. 목자는 당대에 바로 이들의 신흥계급을 대변해주는 사상가였다(祝瑞開, 1981).

목자는 혼란스러운 정치적·사회적 상황에서 천하를 다스리는 일에 관심을 가진 자라면 세상의 다양한 상황과 현실을 직시하고 이러한 혼란의 근원적 원인을 잘 살펴보지 않으면 안 된다고 보았다. 사회가 혼란스러워지면서 백성들의 삶도 도탄에 빠지게 되면서, 목자는 강자가 약자를 억누르고 부자가 빈자를 천대하고 귀한 사람은 천한 사람을 속여 백성들이 음식을 제대로 먹지 못하고 추위를 막아줄 최소한의 의복도 없으며 매우 극심한 노동에 시달렸고, 그 이유를 사람들이 서로 사랑하지 않기 때문에 일어난 것이라고 보았다.

이러한 시대적·사회적 상황에서 폄박받고 차별받는 백성들에게 목자는 유가(儒家)에서 언급했던 별애(別愛)의 한계를 극복하고자 하였다. 차별하고 편애하는 별애의 폐단을 극복하고 포괄적인 사랑을 실천하는 방안을 제시한 것이다. 하늘은 강력한 권위를 가지고 있으므로 하늘의 의지와 사랑의 당

1) 墨子, <兼愛 上>, 以治天下爲事者也, 不可不察亂所自起

2) 墨子, <兼愛 中> 天下之人 皆不相愛 強必執弱 富必侮貧 貴必傲賤 詐必欺愚 凡天下禍篡怨恨 其所以起者 以不相愛生也

위성을 담아준 현실적 사랑을 실천할 수 있을 것으로 생각하였다. 이처럼 목자는 하늘의 의지를 규정해 주고 차별 없는 사랑에 대한 개념을 곁에서 찾았다. 그러므로 목자는 인간은 하늘이 제시한 의지를 본받아 곁애를 실천할 때 하늘과 하나가 된다고 주장한 것이다. 즉, 목자는 곁애를 통하여 타인을 자신의 가족을 대하듯이 차별 없이 사랑한다면 불안한 사회 문제를 해결할 수 있다고 주장하였다.

정리하면, 목자의 곁애란 바로 통치 시스템이나 사회적 시스템을 통하여 인간의 기본적인 생활 유지나 생존에 필수적인 욕구(want) 충족을 이끌어 내고자 하였다. 목자의 곁애는 항상 이(利)의 특성을 포함하고 있으며, 경제적 측면에서는 사회전체를 이롭게 하는 것과 사회전체의 이익을 해치지 않으면서 자신을 이롭게 하는 것으로 생각하였다. 이러한 사상은 단순한 행위나 도덕적인 원리로서의 접근이 아니라 서로 사랑하고자하는 내적 동기와 서로의 이익을 공유할 수 있는 원리인 것이다.

2.4 서양의 철학적 사고: 공리주의

공리주의는 헬레니즘 시대의 에피쿠로스 쾌락주의 학파에 영향을 받은 것으로 사람은 누구나 고통보다는 쾌락을 좋아하고 불행보다는 행복을 추구한다는 관점에서 개인의 이익과 사회의 이익 사이의 조화를 추구하기 위한 윤리적 사상이다. 산업혁명 이후 시장 경제의 실패로 인한 빈부격차가 심화되면서 부각되었으며, 국가는 부강해질 수 있고 가난한 절대다수의 국민들은 모두 행복해질 수 있다는 사고로 18~19세기 영국에서 제레미 벤담(Jeremy Bentham)에 의해 주장되었고 존 스튜어트 밀(John Stuart Mill)에 의해 기본적인 틀이 형성되어 지금까지 다양한 형태로 발전되어 왔다.

이 사상은 어떤 행위이든 행복을 증진시킬수록 옳은 것이 되고, 행복과 반대되는 결과를 초래할수록 옳지 못한 것이 된다고 보고 있다. 인간 행위 결과를 쾌락과 고통이라는 명확한 기준을 설정하여 인간의 쾌락 추구하고 고통 회피의 심리적 사실을 기반으로 출발을 한다. 이를 근거로 최대 다수의 최대 행복(the greatest happiness of the greatest number)이라는 공리성의 원리(the principle of utility)가 도출된다. 벤담은 심리학적인 쾌락주의에서 출발하여 그 사실들을 근거로 하여 윤리적 쾌락주의를 도출하여 공리성의 원리와 쾌락추구의 정당성에 관한 논의를 주장하였다. 즉, 특정 개인 뿐 만아니라 일반 공동체가 행복을 누리게 되는 원리로 판정하고 있으며, 보편적이며 일반적인 행복이야말로 우리가 추구해야하는 인생의 궁극적 목표라고 주장하고 있다.

이에 반해 밀은 쾌락을 좀 더 광의적으로 해석하고 이를 양적으로만 측정하는 것이 아니라 질적인 차이 또한 고려해야 한다고 주장하고 있다. 즉, 인간의 쾌락과 고통에 대하여 민감하기는 하지만 통속적인 것들만 추구하면서 받아들이고

인간으로서의 관련된 고귀한 감정들은 인식하지 못하고 있다고 비판하였다. 이처럼 벤담과 밀의 관점에서 차이에서 보듯이, 밀의 주장은 내적인 도덕적 동기로 강조하고 있는 성격이 고대 그리스에서 말하고 있는 덕(德)과 매우 유사한 성격을 지녔다. 밀에게 있어서 행복은 개인의 행복의 조건이기도 하지만 사회적인 일반 행복을 달성하기 위한 조건이기도 하다. 밀은 도덕, 타산 및 심미의 영역모두를 지배하는 일반적인 원리로서의 공리를 주장하였으며, 덕의 핵심인 성품을 강조하면서도 옳고 그름의 판단에 대한 객관성을 통한 행위의 결과에 두면서, 덕과 공리주의적 관점이 지닌 각각의 장단점을 취할 수 있는 가능성을 모색한다는 점에서 그 의의가 있다.

이상의 논의에서처럼 공리주의는 관련된 모든 대상의 이해관계를 공평하게 고려하고, 모두의 이익을 최대로 증진하는 후생을 선택함으로써 개인의 이익과 사회의 이익을 조화시킬 수 있는 방안을 제시한다고 볼 수 있다.

3. 사회적 책임에 관한 철학적 관점

동서양을 막론하고 현재의 우리가 살아가고 있는 삶의 모습은 개인주의를 기본으로 형성된 자유주의의 영향으로 형성되어왔다고 볼 수 있다. 지나친 자유주의의 표방은 결국 개인주의로 전락해서 지배구조의 집중화와 이로 인한 권력의 양극화로 인해 많은 사회 문제를 양산해왔다. 이러한 환경 속에서 개인을 비롯한 특정 집단의 선(善)을 추구하다보니 사회 공동 가치의 실현이 공공의 선에 대한 관심이 희미해진 것은 부인할 수 없는 사실이다. 물질 중심적 관점으로 인한 이기심의 팽배가 정신적 가치의 실현을 추월하고 개인의 사회적 가치 추구에 대한 사고가 사회적 관계의 수단화를 초래하게 되었고, 그 결과로 개인의 가치관의 부재, 공동체의 파괴까지 가져오는 심각한 부작용을 초래하게 되었다(Shin, 1996).

동양에서는 목자가 당시 시대적 환경의 어려움을 극복하고 많은 사람들의 삶을 운택하고 행복을 위한 실천적 철학을 제시하고 이를 실천하고자 노력하였다. 그 중심 사상인 곁애를 바탕으로 많은 사람들이 행복한 삶을 영위할 수 있는 철학적 사고를 통해 이상적인 공동체의 실현을 지향하였다. 그는 개인보다는 집단적 공동체의 집단전체의 연대의식을 기반으로 국가의 발전을 도모하고자 하였다. 국가 중심의 지배통치가 아닌 국민의 행복을 위한 실천적 접근이었다.

이러한 목자의 중심사상인 곁애는 이상주의 국가를 실현하기 위한 핵심적인 사고였다. 개인보다는 공동체를 위한 사고로 국가와 사회뿐만 아니라 그 공동체의 다양한 구성요소들도 포함되는 것이다. 현대의 입장에서 보면 국가와 기업 등과 같은 특정 공동체의 공공의 선을 추구하는 것이 아니라 그 모든 구성원의 차원까지 포함되는 것이다. 그동안 많은 변화와 발전으로 인해 우리가 속한 공동체의 순수한 가치들이

변질되고 왜곡되어 왔으며, 이들을 회복하고자 많은 비용과 시간을 요구해왔다.

한편, 서양에서의 공리주의적 사고는 부의 편중과 권력의 집중으로 인한 행복의 불평등을 극복하자하는 관점이다. 최대 다수의 최대 행복은 특정 개인의 선이 아니라 일반 공동체의 행복이야말로 우리가 추구하는 궁극적인 목표임을 주장하고 있는 것이다. 이러한 양적 측면에서의 공리주의를 질적으로 제고하여 품위감(a sense of dignity)을 통한 정신적 차원으로까지의 수준을 요구하기도 한다. 이러한 요구를 통해 인간은 인격자의 삶에 대한 추구가 중요하다는 것을 인식하고, 결국 인간의 품위를 높이기 위한 고차원적 수준에서 행위중심의 윤리적 사고를 통해 윤리적인 성격을 나타낼 수 있게 된다는 것이 공리주의적 사고의 핵심이다.

이러한 철학적 사고를 통해서 본 사회적 책임은 이해관계자들과의 상생을 위한 지속가능한 전략을 제시한다는 점에서 목자의 겸애와 공리주의와 그 궤를 같이 한다고 볼 수 있다. 사회적 책임 활동은 사회적으로, 경제적으로 그리고 윤리 및 법적으로 공익을 추구하기 위해 진화해왔다. 이러한 진화적 사고는 기업뿐만 아니라 사회 구성원 모두를 위해 지속가능한 기여의 극대화를 도모하는 측면에서 발전해왔다. 사회적 책임 활동은 기업의 경제적 성과만을 위한 활동에 문제를 제기하고, 경영활동을 내부 구성원을 비롯하여 고객들의 관점에서 바라보게 되었으며, 나아가 다양한 이해관계자들의 관점에서도 생각할 수 있는 기반을 마련하였다. 다시 말해 기업의 사회적 책임 활동은 고객을 의식해서 접근하는 협의의 사고가 아니라 수많은 공동체와 구성원을 고려하는 광의의 사고로 접근해야 하며, 사회적 기회를 수용할 수 있는 태도뿐만 아니라 기업과 사회 구성원과의 관계가 긍정적으로 변화하도록 유도해야 할 것이다.

4. 결론

본 연구는 시장 경제의 실패와 문제점에 대한 대안으로 대두된 기업의 사회적 책임을 목자의 겸애 사상과 벤담과 밀이 제시한 공리주의를 바탕으로 철학적 관점에서 해석하였다.

먼저, 목자는 모든 사회 구성원과의 하나됨을 제시하고 공유가치를 실현하기 위한 겸애의 실천을 강조하였다. 또한 이로움을 증진하고 해로움을 제거한다는 사상으로 만인을 위한 사상인 흥리제해(興利除害)³⁾를 제시하기도 하였다. 이는 개인을 비롯하여 공동체가 실현하는 행위의 결과가 의로우면 이롭고(利) 이로움이 곧 의로움(義)이고, 행위의 결과가 해로우면 의롭지 않고 의롭지 않으면 해롭다는 사상이다.

다음으로, 서양의 공리주의적 사고는 효용과 최대다수의 최대행복의 추구를 통해 보편적이고 일반적인 다수의 행복이야말로 우리가 추구해야 할 인생의 궁극적인 목표라고 제시하였다. 이러한 사상적 내용은 목자의 사고와 많은 부분이 유사하거나 일치하고 있음을 알 수 있다. 목자는 의지된 결과가 결과의 범위에 포함됨을 명시함으로써 현대 서양 철학의 결과주의 사상에서 주장하는 실제 결과에 의한 행위의 평가 가능성에 대한 답변을 제공하였다. 또한 이익(利)과 도덕적 기준인 의로움(義)을 직접적으로 병치시키는 것과 이익과 해로움이 기쁨(喜)과 싫음(惡)이라는 인간의 쾌락적 측면이 벤담이 제시한 심리적 쾌락의 추구와도 유사하다. 마지막으로 사회적 문제를 해결하기 위해서는 모두를 이롭게 하되, 이로움의 수혜대상의 범위를 전체를 포용하는 마음으로 확장하고 그들을 공평하게 대우할 것을 권유하는 점이다.

결국 기업의 사회적 역할에 대한 요구가 높아지는 현재의 시점에서 목자의 겸애와 공리주의적 사고는 기업이 사회 구성원과의 상생을 도모하고, 공공의 선을 추구하기 위하여 사회적 책임 활동을 강화해야 한다는 점을 강조한다고 볼 수 있다. 나아가 이러한 동서양의 철학적 사고는 기업 경영철학의 진화를 요구하는 충족할 수 있는 논리적 기틀을 제공하는데 그 의미가 있다.

한편, 기업의 사회적 책임에 대한 정의가 명확하게 규명되지 않은 상황에서 목자의 겸애사상을 중심으로 사회적 책임 활동을 해석을 하는 데는 많은 연구가 필요할 것으로 보인다. 또한 공리주의의 심도 있는 해석을 제시하고 다양한 공리주의 철학자의 사상을 종합하여 이를 기반으로 접근하여야 하는데, 본 연구에서는 공리주의의 기본적인 철학적 사고를 중심으로 전개한 부분에 대한 한계가 존재한다.

향후 연구에서는 목자의 겸애사상에 대한 이론적 접근과 그 겸애를 실천하기 위한 윤리적 내용들에 대한 고증적 연구를 통해 이론을 강화할 필요가 있다. 또한 이에 대한 사회적 책임의 기존 연구 내용들과의 연계성을 정밀하고 분석하고 해석해야 할 것이며, 목자의 사상과 공리주의사상의 연관관계에 대한 철학적 및 실증적 연구에 대한 논의가 진행되기를 기대한다.

참고문헌

1. 광수근, 김평기(1993), “한국기업의 사회적 평가”, 서울대학교 경영논집
2. 고성천, 박래수(2011), “기업의 사회적 책임활동 결정요인과 기업가치”, 『세무와 회계저널』, 12(2), 105~134.
3. 김은미(2012), “J. S. Mill의 덕 공리주의에 관한 연구”, 박사학위논문, 상지대학교.

3) 墨子, <兼愛 中>, 仁人之所以爲事者, 必興天下之利, 除去天下之害, 以此爲事者也.

4. 김정희(2015), “기업의 사회적 책임이 기업평판과 재 구매 의도에 미치는 영향: 대형 할인점을 중심으로”, 「물류학회지」, 25(4): 121~133.
5. 서용모, 김하운(2018), “목가적 입장에서 바라본 기업의 사회적 책임과 역할”, 「한국융합학회논문지」, 9: 245~252.
6. 이재목, 김용(2013), “기업의 사회적 책임활동과 기업가치 관련성에 관한 연구”, 「세무회계연구」, 35, 27~55.
7. 장인지, 최현섭(2010), “기업의 사회적 책임활동과 재무성과의 관계”, 「대한경영학회지」, 23(2), 633~648.
8. 전인수, 설유영, 김철교(2002), “CSR과 기업 가치 관련성 경영”, 「교육연구」, 75: 111~132.
9. 지속가능경영원(2006), “우리나라 기업의 사회적 책임 경영 현황 및 전망에 관한 조사 보고서”, *Corporate Social Responsibility in Korea*
10. 허미옥, 정기한(2010), “CSR성과와 기업 가치에 관한 연구: 기업명성의 매개효과를 중심으로”, 「산업경제연구」, 23(2), 749~771.
11. 황호찬(2009), “기업의 비재무적 정보가 기업 가치에 미치는 영향: 회계가치 모형을 이용한 CSR을 중심으로”, 「회계정보연구」, 27(3): 361~387.
12. 祝瑞開(1981), 先泰社會和諸子思想新探, 中國: 福建人民出版社
13. Barnea, A and Rubbin, A.(2006), “Corporate Social Responsibility between shareholders”, *University of Texas at Austin, Working Paper*
14. Freeman, R.E.(1984), *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman Publishing.
15. Freidman, R. E.(1984), “The Social Responsibility of Business is to increase Its Profits”, *New York Times Magazine*. 13, 32~33.
16. H. C. Shin(1996), “A Study on the Communication View of Sell and Society, Korea National University of Education Master Thesis.
17. Hopkins, M.(2004), “Corporate Social Responsibility” An Issue Paper, ILO, Genova: Working Paper #27
18. Bentham, J.(1948), *An Introduction to The Principle of Morals and Legislation*, NY: Hafner Press.
19. McWilliams, A. and Siegel, D.(2000). “Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or misspecification?”, *Strategic Management Journal*, 21, 603~609.
20. Ruf, B. M., Muralidhar, R. M. Brown, J. J. Janney, and K. paul.(2001), “An Empirical Investigation of the Relationship between Change in Corporate Social Performance and Financial Performance: A Stakeholder Theory Perspective”, *The Journal of Business Ethics*, 32(2), 143-156.
21. Statman, M.(2000), “Socially Responsible Mutual Funds”, *Financial Analyst Journal*, 56(4), 71-77.
22. Steiner, G. A.(1971), *Business and Society*. New York: Random House
23. Ullman, A.(1985), “Data in Search of a Theory: A Critical Examination of Relationships among Social Performance, Social Disclosure and Economic Performance of U.S. Firms”, *The Academy of Management Review*, 10, 540~557.